

ชื่อโครงการ

โครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๗

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม

ปีงบประมาณ

๒๕๖๐

๑. หลักการและเหตุผล

กรุงเทพมหานครมีนโยบายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ท้องถิ่น ธุรกิจครัวเรือน และธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) โดยหนึ่งในมาตรการที่สำคัญตามแผนพัฒนา กรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ - ๒๕๗๕) คือ การเผยแพร่และพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มี คุณภาพสู่ผลิตภัณฑ์ Bangkok Brand ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้วยคุณภาพที่ กรุงเทพมหานครการันตี ว่าได้มาตรฐานระดับสากล

กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม ได้ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยการตราเครื่องหมาย “Bangkok Brand” สำหรับใช้เป็นเครื่องหมายแสดงถึงคุณภาพ มาตรฐาน คุณค่า อัตลักษณ์ (Identity) ใช้ในการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรรผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ดังนั้น เพื่อให้การส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครเป็นไปอย่าง มี ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล กองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม จึงได้จัดทำโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๗ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการได้มีสถานที่จำหน่ายและแสดง สินค้า และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานครให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๒.๑ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ได้มีสถานที่จำหน่ายและแสดงสินค้า มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดเงินทุนหมุนเวียนและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ

๒.๒ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

๒.๓ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความสนใจและมีการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มขึ้น

๓. เป้าหมาย

ดำเนินการจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๗ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อจำหน่ายและแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) โดยใช้สถานที่ราชการหรือ เอกชนที่มีชื่อเสียงในพื้นที่กรุงเทพมหานครหรือปริมณฑลที่เหมาะสม กิจกรรมภายในงาน อาทิ การจำหน่าย และแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) และการจำหน่ายอาหารอร่อยชวนชิมและของดี กรุงเทพมหานคร การสาธิตการผลิตผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) นิทรรศการแนวพระราชดำริ เศรษฐกิจพอเพียงและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายอื่นๆ



๔. ลักษณะโครงการ...

๔. ลักษณะโครงการ

เป็นโครงการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ - ๒๕๗๕) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ มหานครสำหรับทุกคน ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อยที่ ๓.๒ เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ เป้าประสงค์ ๓.๒.๑ พัฒนากฎหมายข้อมูลของผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและแรงงานนอกระบบอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ ๓.๒.๑.๔ ยกระดับ/พัฒนาคุณภาพผลผลิตและบริการ และแผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ.๒๕๖๐ ด้านที่ ๕ เมืองที่มีศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ มิติที่ ๕.๓ ส่งเสริมธุรกิจ การค้า การเกษตร และการลงทุน เป้าประสงค์ที่ ๕.๓.๑ สนับสนุนการประกอบธุรกิจและการลงทุน มาตรการที่ ๕.๓.๑.๔ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) และผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๕. แนวทางการดำเนินการ

- ๕.๑ จัดทำและขออนุมัติโครงการ
- ๕.๒ จัดทำและขออนุมัติรายละเอียดขอบเขตของงาน (TOR)
- ๕.๓ ดำเนินการตามขั้นตอนข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องการพัสดุฯ ระเบียบ กฎหมาย และหนังสือสั่งการที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาผู้รับจ้างดำเนินงาน
- ๕.๔ ควบคุมติดตามการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานโครงการ
- ๕.๕ ดำเนินกิจกรรมตามโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๗
- ๕.๖ ติดตามและประเมินผล

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

ดำเนินการจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๗ จำนวน ๕ วัน ระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๒ มกราคม ๒๕๖๐ ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เขตปทุมวัน (วัน เวลาและสถานที่ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม)

๗. งบประมาณ

เบิกจ่ายจากงบประมาณกรุงเทพมหานคร ประจำปี ๒๕๖๐ แผนงานส่งเสริมอาชีพ งานส่งเสริมอาชีพ หมวดรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายโครงการมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ๒๐๑๗ เป็นเงิน ๕,๐๐๐,๐๐๐.- บาท (ห้าล้านบาทถ้วน) ตามรายละเอียดแนบท้ายโครงการ

๘. ปัญหาและอุปสรรค

๘.๑ การจัดงานมหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร มีกระบวนการดำเนินงานหลายขั้นตอน การดำเนินงานอาจเกิดความล่าช้า

๘.๒ ขาดความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาจทำให้กระบวนการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด

๙. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ ผลผลิต (OUTPUTS)

๙.๑.๑ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างโอกาสและความเติบโตในธุรกิจ ตลอดจนการพัฒนาฝีมือแรงงาน

๙.๑.๒ ประชาชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศได้รู้จักและยอมรับในคุณภาพผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๙.๑.๓ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีการขยายกิจการ พัฒนารูรจ เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือขนาดย่อม

๙.๑.๔ ประชาชนผู้บริโภคมีความสนใจและบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) เพิ่มขึ้น



๙.๒ ผลลัพธ์ (OUTCOMES)

๙.๒.๑ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพัฒนาศักยภาพเป็นนักธุรกิจมืออาชีพ

๙.๒.๑ สินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) มีการพัฒนาคุณภาพตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภคไปสู่มาตรฐานสากล สามารถแข่งขันทางการค้าได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

๙.๒.๓ ประชาชนให้ความเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของสินค้าภายใต้ตราเครื่องหมายผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand)

๙.๒.๔ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่กรุงเทพมหานครในการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Brand) ของประชาชน นำไปสู่ชื่อเสียงของกรุงเทพมหานครและประเทศไทย

๑๐. การติดตามและประเมินผล

ติดตามและประเมินผลจากแบบสอบถามการสำรวจและแสดงความคิดเห็นของผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการจำหน่ายและแสดงสินค้า ประชาชนผู้เที่ยวชมงาน โดยกองส่งเสริมอาชีพ สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ ผู้เสนอโครงการ

(นางนันทวัน ฉัตรสกุลเพ็ญ)
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมอาชีพ
สำนักพัฒนาสังคม

ลงชื่อ ผู้อนุมัติโครงการ

(นางวิภารัตน์ ไซยานุกิจ)
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคม